Presseinformation

8. April 2005

„Donau Niederösterreich“ als neue „Premiummarke“

Gabmann: Donau touristisch besser nutzen

„Kostbare Augenblicke“ ist das neue Markenversprechen für die drei Regionen Wachau-Nibelungengau, Tullner Donauraum-Wagram und Auland-Carnuntum, die unter der Dachmarke „Donau Niederösterreich“ zusammengefasst sind. Gestern Abend wurde im Kloster Und in Krems der Startschuss für die neue „Premiummarke“ gegeben. „Durch unsere konsequente Arbeit ist es gelungen, Niederösterreich als Genussland zu positionieren. Die Donau als ‚Rohdiamant’ unseres Landes muss noch zielorientierter positioniert werden“, betonte Landeshauptmannstellvertreter Ernest Gabmann. Niederösterreichs Tourismus verzeichne ein deutliches Plus an Nächtigungen, besonders das Donautal könne sich über mehr ausländische Gäste freuen.

Der Aufsichtsratsvorsitzende der Marchfeldschlösser-Revitalisierungs- und BetriebsgesmbH, Dr. Helmut Pechlaner, erklärte, dass Begeisterung zum Erfolg führe. Die Donau sei eine wichtige Ressource, die entsprechend vermarktet werden müsse. „Donau Niederösterreich“ hat auch ein eigenes Logo in den Farben Blau, Grün und Gelb, das aus dem Foto einer typischen Donaulandschaft abgeleitet wurde.

Zu diesem Artikel gibt es eine unterstützende Audiodatei. Diese ist zum Download nicht mehr verfügbar. Bitte wenden Sie sich an: presse@noel.gv.at

E-Mail: presse@noel.gv.at